

УДК 76.012:82-9]:[659.1:006.95]

Чорнодон Максим Валерійович

Дзм-1-18-1.4д

[mvchornodon.im18@kubg.edu.ua](mailto:mvchornodon.im18@kubg.edu.ua)

## ОСОБЛИВОСТІ ГРАФІКИ КОМІКСІВ У ПРОЕКТУВАННІ РЕКЛАМНИХ КАЛЕНДАРІВ

### Анотація

В статті розглядаються особливості використання графіки у коміксах різних країн та їх змістове навантаження, які закріпились у цій сфері графічного дизайну протягом ХХ ст. Обґрунтовується актуальність використання різних стилів коміксів, що розкриває нові можливості в розробці конструкції та зовнішнього дизайну рекламного календаря. На основі дослідження історичних особливостей розвитку американського та японського коміксів аналізується структура та графічна будова сучасних коміксів, досліджуються умови для виникнення такого жанру літератури як комікс, а також аналізується вплив коміксів на суспільство. Дана наукова робота буде корисною для фахівців з графічного дизайну, художників-графіків, перекладачів коміксних видань і тим, хто цікавиться коміксами.

**Ключові слова:** комікс, манга, аніме, рекламний календар, сучасні поліграфічні технології, графіка коміксів, ілюстрація, поліграфічне видання.

**Актуальність теми дослідження:** Рекламний календар є важливою складовою сучасної поліграфічної продукції з власними функціонально-декоративною сучасно-комунікативною функціями.

Спостереження свідчать про велику популярність коміксів не тільки серед дорослих людей, а що важливіше – серед дітей та підлітків. Такий вплив пояснюється особливостями сприйняття ними навколишнього світу шляхом активного спостереження, що у свою чергу тісно пов'язане із зоровою

наочністю. Комікс – це унікальний жанр літератури в якому вдало поєднані нерозривність вербальної та візуально-графічної частин. Відсутність однієї з цих складових призводить до руйнування змісту, послідовності історії та самої ідеї коміксу. Ілюстрація задає послідовність, обставини, загальну дію історії, в той час як філактер (хмарка зі словами) виражає конкретну взаємодію персонажів, їх думки і загальний зміст історії. Це, на перший погляд, нехитре мистецтво здатне проникати у свідомість значно глибше, швидше й непомітніше, ніж література чи художнє кіно. Майстерно переданий у формі коміксу «меседж» може слугувати ефективним рушієм, чи то навіть засобом ідейного впливу. Водночас героями комікс-творів найчастіше є не просто конкретні дійові особи, а персоніфіковані уособлення позитивних чи негативних певних колективних абстрактних уявлень.

Оригінальність та **новизну** даної теми визначає застосування графіки коміксів у проектуванні сучасного рекламного календаря, і такий синтез є дуже актуальним.

**Об'єктом дослідження** є графіка сучасних коміксів.

**Предмет дослідження** – графічна мова коміксів як основа проектування рекламного календаря.

**Метою наукового проекту** є вивчення можливостей синтезу двох різних за складністю технік та їхнє гармонійне поєднання, що має дати новий поштовх для естетичного розвитку сучасної серійної продукції, якою є настінний рекламний календар.

Беручи до уваги сучасні тенденції оформлення календарів, можна виявити, що при створенні використовують різноманітні графічні техніки, починаючи від малюнка олівцем на звичайному папері і закінчуючи ілюстраціями, що виконані в графічних редакторах. Особлива, незвична графіка та цікаве поєднання яскравих кольорів, зазвичай, використовується для досягнення найкращого кінцевого результату в даній поліграфічній продукції [4].

В календарній продукції часто можна спостерігати використання

авторських ілюстрацій, створених в техніках: туш-перо, олівець, акварель, гуаш, масло тощо. Використання таких способів у часи поширення і розвитку інноваційних технологій призвело до того, що малюнок від руки виглядає більш самобутньо і незвично.

Основний і найбільш поширений принцип, якого дотримуються більшість дизайнерів є лаконічність. За допомогою мінімальних засобів і професійного підходу до вирішення завдання, можливим стає створення простого, влучного, в міру наповненого інформацією та елементами дизайну, який в точності передає основну ідею продукції.

Основною складовою досягнення ефективного результату, в першу чергу, є креативна ідея. Цікавий графічний об'єкт вирізняється незвичною структурною тематикою, оригінальною технікою виконання чи застосуванням цікавої післядрукарської обробки тощо.

Комікс сьогодні – дуже поширене явище, тому не дивно, що майже кожна країна намагається не залишати без уваги цю молодіжну культуру. В більшості країн є, або формується, своя стилістика і жанр [1; с. 161]. У цьому розмаїтті автори та художники намагаються якнайповніше використовувати всі відомі стилістичні можливості, для передачі свого неповторного задуму. Саме так вони досягають мети максимально розкрити свій задум читачеві і створюють нові стилі.

Для більшості країн комікс став невід'ємною частиною культури. Окрім того, на сьогоднішній день, комікс визнаний окремим жанром літератури, що має велику кількість жанрів, піджанрів, тематик, а також порушує теми проблем, важливих сьогодні. Комікс спрямований на читача різних прошарків суспільства, вікових категорій, роду захоплень, та допомагає відволіктись від повсякденних турбот та водночас набувати нових знань.

Популярність сучасним коміксам забезпечує певний лінгвістично-графічний формат, що протягом XX ст. сформувався у сталі традиції. Комікс чи графічний роман – це послідовно розташовані зображення, що динамічно викладають читачеві якусь оповідь. Дослідивши історію, можна помітити, що

люди здавна мислили серіями зображень. Ще з прадавніх часів, наші пращури, що жили у печерах, малювали на стінах серії різних зображень, що передавали певний сюжет. Звісно, в цих малюнках не було діалогів, але вже був присутній рух. Вибір саме такого способу передачі повідомлення повністю зрозумілий і природний – ми сприймаємо світ візуально.

Цей жанр літератури спрямований на максимально широке коло споживачів завдяки тому, що окреслює межі творчості рамками прийнятих стереотипів. Основною ідеєю коміксів можна назвати бажання фундаментальної перебудови суспільства на інформаційній основі. Фактор впливу коміксів був настільки великий, що його почали вважати видом нової «інформаційної цивілізації».

На сьогоднішній день комікси найбільш поширені у Сполучених Штатах Америки. Саме тут на рубежі 1920-30-х років почався справжній «коміксовий бум» [8].

У часи великих криз комікси допомагали наснажувати читачів на працю і боротьбу, а також просували державну ідеологію. У ті часи Америку населяло багато імігрантів. Вони мали мінімальні знання англійської. Комікси, завдяки своїй особливості поєднання тексту і зображення, були доступними для розуміння цій групі людей, і допомагали ознайомитись з історією та традиціями країни.

Не відстають у цьому напрямку від США і країни Європи. Втім Європа пішла іншим шляхом – тут переважають не ілюстровані історії про супергероїв, а філософські, сюжетні та складні комікси без акценту на особистість. В Європі центром цього жанру став журнал “Metal Hurlant”, який створив прорив у світі мальованої літератури [2]. Його й зараз вважають одним з найкращих комікс-видань. На відмінну від популярних американських коміксів, роботи, що друкувались у цьому журналі, виділяються особливою індивідуальністю графіки, неповторністю сюжетів і складною роботою над характером персонажів. Науковий аналіз доводить, що європейці неохоче звертаються до героїчних історій, їх хвилюють більше соціально-побутові чи

гумористичні жанри. За традицією більшість європейського мистецтва спрямована на інтелектуального читача і комікси у цьому сенсі не став виключенням.

Втім найпотужнішим центром світової індустрії коміксів стала Японія. Вид японського коміксу називається «manga», що в перекладі означає «гротеск». Цьому різновиду коміксів налічується вже більше 900 років.

Манга у Японії, як і комікс у Америці, мала великий соціальний вплив. Під час Другої світової війни, уряд фінансував «правильну» мангу, яка друкувалась на хорошому папері і, навіть, у кольорі, з метою виховувати патріотичні почуття і відроджувати японський націоналістичний рух. Так в перше у 1943 році у військово-патріотичних коміксах з'явилась ідея робота-гіганта, що чарівним променем розгромлює ворогів [4; с. 58].

Манга вже багато років є візитівкою Японії, що підкорила увесь світ. Це складова практично єдиного і основного сегменту сучасної масової культури Японії. Манга стала основою для кіноіндустрії, відеоігор та інших візуальних видів мистецтва. Мангоманія набула зараз надзвичайно великих масштабів. Перш за все, це сталося тому, що вона проста для розуміння і візуально приваблива. Манга зазвичай чорно-біла, у цьому простежується наслідування традиційної японської монохромної графіки. Частка коміксів в загальному обсязі продажів журналів і книг в Японії становить понад 35 %, для порівняння: у США – 7 % [7; с. 32].

На межі XX-XXI століття до розробки власних коміксів долучилася і Україна. У нашій країні культуру коміксу популяризують альманахи «К9» та «Чорний лев». Автори комксів для дітей та дорослих (І.Баранько, Д.Койдан, А.Данкович, Д.Самовол, Є.Пронін, Л.Воронюк, В.Назаров, М.Тимошенко, К.Горішній, Д.Фадєєв, М.Прасолов, О.Чебикін, С.Захаров, С.Мазуркевич), використовуючи здобутки європейського, американського, японського коміксу, враховуючи національну специфіку поступово складають українську школу рисованих історій («Мальви» як аналог коміксу, банд-десіне, манги) в Україні та за кордоном.

У 2011 р. вийшов один з найкращих українських графічних романів І.Баранька «Максим Оса» про пригоди однойменного козака. До речі, І.Баранько – український майстер «європейського» коміксу, до того ж відомий у світі. Проживаючи за кордоном, він співпрацює з багатьма закордонними видавництвами, публікуючи свої твори іноземними мовами. З виходом українською мовою першого тому альбому «Максим Оса» – «Максим Оса. Людина з того світу» Баранько демонструє не лише свою майстерність художника, а й будує детективний напружений сюжет й уміло витримує інтригу твору [3]. У його творі тісно переплітаються пригодницький, містичний, фантастичний та історичний жанри.

Більшість сучасних українських коміксів створюються за мотивами класичних творів, в них козацьку минувшину відображають під призмою історико-міфологічної основи, орієнтуючись на пригодницькі та детективні жанри. Таким чином формується новий образ українського супергероя, що близький до сучасних реалій та орієнтує суспільство на позитив.

Почуття гумору та посилення на власну історію – головна риса українського коміксу. Завдяки особливостям лексики нашої мови, у коміксах відбувається гра сенсів, значень, відтінків слів та їх підтекстів, а завдяки українській ментальності в історіях завжди присутня можливість посміятися над собою, подивитись на себе з іншого ракурсу.

Так на думку О. Колесник «український комікс та графічний роман знаходяться в стані формування» [5; с. 304 ] в той час як закордонні комікси – не рідкість на полицях українських магазинів. Разом з тим український комікс є ментально ближчим до свідомості наших громадян ніж його вестернізовані аналоги, тому має досить великий потенціал і за сприятливих умов у майбутньому може стати конкурентом закордонним виданням.

**Висновки:** Проаналізовані дані доводять те, що комікс – унікальний жанр, який перебуває на стику літератури й образотворчого мистецтва, гарний прилад кореляційного тексту, де вербальне пов'язане з невербальним. Це дивовижне мистецтво де вдало поєднана цікава картинка та влучний текст, які

служать не тільки, як розважальна ланка суспільного життя, але й у якомусь сенсі, виконують повчальну та навчальну функцію. А майстерно переданий «меседж» у формі коміксу може стати ефективним рушієм, чи то навіть засобом впливу на свідомість та підсвідомість читача.

### **Список використаних джерел:**

1. Еко У. Міф про Супермена // Роль читача. Дослідження з семіотики текстів / Умберто Еко. – Л. : Літопис, 2004. – С. 158 – 182.
2. Катасонова Е.Л. Японцы в реальном и виртуальном мирах: Очерки современной японской массовой культуры. / Катасонова Е.Л. — М.: Восточная литература РАН, 2012. – 240 с.
3. Комікс: Психолінгвістический аналіз. — А. Р. Сонин. Барнаул, 1999. – 110 с.
4. Корнілов М.Н. Герої і жанри масової культури Японії. // Людина: образ і сутність. / Корнілов М.Н. — М.: ИНИОН РАН, 2000. – 148 с.
5. Колесник О.С. Поетика графічного роману : синтез мистецтв та транспозиція. / О.С. Колесник // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. – 2013. – Вип. 31. – С. 301 – 306.
6. Скотт Мак Клауд. «Суть коміксу» (Understanding comics). / Скотт Мак Клауд. — США, 1993. – 187 с.
7. Шестаков В.П. Міфологія ХХ століття: Критика теорії і практики буржуазної «масової культури». / Шестаков В.П. — М.: Мистецтво, 1988. – 184 с.
8. Філоненко Б. Робити комікси з національними героями зараз на часі [Електронний ресурс] / Борис Філоненко. – Режим доступу: <http://www.chytomo.com/book-art/boris-filonenko-robiti-komiksi-z-nacionalnimi-geroyami-zaraz-na-chasi>
9. Космацька Н.В. Мова сучасного коміксу як явища масової культури [Електронний ресурс] / Н. В. Космацька. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mik\\_2012\\_15\\_4\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mik_2012_15_4_5)

# ОСОБЕННОСТИ ГРАФИКИ КОМИКСОВ ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ РЕКЛАМНЫХ КАЛЕНДАРЕЙ

Чорнодон Максим Валерийович

Дзм-1-18-1.4д

[mvchornodon.im18@kubg.edu.ua](mailto:mvchornodon.im18@kubg.edu.ua)

## Аннотация

В статье рассматриваются особенности использования графики в комиксах разных стран и их смысловую нагрузку, которые закрепились в этой сфере графического дизайна на протяжении XX ст. Обосновывается актуальность использования различных стилей комиксов, что раскрывает новые возможности в разработке конструкции внешнего дизайна рекламного календаря. На основе исследования исторических особенностей развития американского и японского комиксов анализируется структура и графическое строение современных комиксов, исследуются условия для возникновения такого жанра литературы как комикс, а также анализируется влияние комиксов на общество. Данная научная работа будет полезной для специалистов по графическому дизайну, художников-графиков, переводчиков комиксных изданий и тем, кто интересуется комиксами.

**Ключевые слова:** комикс, манга, аниме, рекламный календарь, современные полиграфические технологии, графика комиксов, иллюстрация, полиграфическое издание.



# FEATURES OF COMICS GRAPHIC IN DESIGN OF ADVERTISING CALENDARS

Chornodon Maksim Valerievich

ДЗМ-1-18-1.4Д

[mvchornodon.im18@kubg.edu.ua](mailto:mvchornodon.im18@kubg.edu.ua)

## Annotation

This article considers features of graphic and its sense in comics, which became common for the graphic design in 20 century of different countries.

The relevance of the use of different styles of comics is justified, by the opening up for new opportunities in the design of the advertising calendar.

The structure and graphic style of modern comics is analyzed on the basis of research of historical features of development of the American comics and Japanese comics. Conditions for development of such genre in literature as comics were investigated, and also influence of comics on a society is analyzed. y. This scholarly work will be useful for graphic design professionals, graphic artists, comic book translators and those interested in comics.

**Key words:** comic, manga, anime, advertising calendar, modern printing technologies, comic strip graphics, illustration, printing edition.

01.11.2019р. Даю згоду на збір і опрацювання персональних даних з метою включення їх в базу даних відповідно до Закону України від 01.06.2010 р. № 2297-УІ «Про захист персональних даних».